

УДК 338.48

Готельно-ресторанна справа

Кулик Андрій Михайлович

*кандидат економічних наук, викладач
Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола*

Кулык Андрей Михайлович

*кандидат экономических наук, преподаватель
Галицкий колледж имени Вячеслава Черновола*

Kulyk Andrii

*Candidate of Economic Sciences, Lecturer
Galician College of Vyacheslav Chernovol*

Бриндзя Зіновій Федорович

*доктор економічних наук, викладач
Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола*

Брындзя Зиновий Федорович

*доктор экономических наук, преподаватель
Галицкий колледж имени Вячеслава Черновола*

Bryindzia Zinoviі

*Doctor of Economics, Lecturer
Galician College of Vyacheslav Chernovol*

Спяк Галина Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва і торгівлі
Західноукраїнський національний університет*

Спяк Галина Ивановна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры предпринимательства и торговли
Западноукраинский национальный университет*

Spyak Halyna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor Department of Entrepreneurship and Trade*

West Ukrainian National University

ORCID: 0000-0003-0758-0821

**РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ
ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ
РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В
КОНТЕКСТЕ ОПТИМИЗАЦИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ
DEVELOPMENT OF HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN THE
CONTEXT OF OPTIMIZATION OF LOGISTICS PROCESSES**

***Анотація. Мета.** Метою дослідження є ідентифікація сучасних особливостей логістичної системи суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, як вагомих учасників процесу надання туристичних послуг, розробка пропозицій щодо вихідних показників, котрі слід врахувати при її формуванні, формування уніфікованої схеми логістичних процесів та взаємозв'язків їх учасників, що дозволить активізувати потенціал суб'єктів господарювання і забезпечить стабільний розвиток у стратегічній перспективі.*

***Методика дослідження.** У процесі дослідження автором використовувались емпіричні та статистичні методи дослідження, що дозволило обґрунтувати доцільність використання низки статистичних та інших показників при формуванні логістичної системи суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, уможливило вибір її елементів та формування пропозицій щодо напрямів діяльності з надання послуг в сфері готельно-ресторанного бізнесу.*

***Результати.** У процесі наукового дослідження запропоновано проводити аналіз статистичних даних розвитку готельно-ресторанного*

бізнесу в розрізі регіонів і за більшим спектром показників, оскільки представленні економічні показники не дозволяють адекватно оцінити можливості та визначити проблеми вагомих складових забезпечення діяльності суб'єктів господарювання відповідно до логістичних цілей. Проведено рейтингування регіонів з метою встановлення рівня зацікавленості туристів, що дозволить визначити зони розвитку логістичних процесів управління, дасть змогу визначити напрямки розвитку готельно-ресторанного комплексу та його ефективність в довгостроковій перспективі. Результатом наукового пошуку стало розроблення логістичної системи управління розвитком готельно-ресторанного комплексу у конкурентному середовищі, з орієнтацією на регіональні ресурси та стратегію розвитку регіону, що активізує потенціал суб'єктів господарювання з метою розвитку даного бізнесу.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленні схеми логістичної системи управління розвитком готельно-ресторанного комплексу, яка базується на певних елементах (клієнтській базі, внутрішніх логістичних процесах та логістичній стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу), що дозволить оптимізувати виробничо-господарську діяльність та розробити різні напрямки розвитку бізнесу у довгостроковій перспективі.

Практична значущість результатів дослідження полягає в удосконаленні організаційно-методичних засад оцінки наявних досягнень в сфері туризму для їх врахування при плануванні розвитку та удосконаленні управління готельно-ресторанним бізнесом на основі логістичних засад, ідентифікації шляхів оптимізації комплексу послуг, орієнтуючись на існуючі потреби користувачів, ресурсний потенціал та наявні можливості. Також обґрунтовано доцільність використання програмного продукту з метою автоматизації процесів, що дозволить ефективно управляти діяльністю та розробляти стратегію розвитку на

перспективу. Обґрунтовано перелік заходів щодо удосконалення послуг готельно-ресторанного бізнесу, впровадження яких дозволить розширити клієнтську базу та збільшити прибутковість його суб'єктів.

Ключові слова: *туризм, готельно-ресторанний комплекс, статистичні показники, оптимізація, логістична система, управління, готельно-ресторанні послуги, автоматизовані системи, логістичні процеси.*

Аннотація. Цель. *Целью исследования является идентификация современных особенностей логистической системы субъектов гостиннично-ресторанного бизнеса, как весомых участников процесса предоставления туристических услуг, разработка предложений по исходным показателям, которые следует учесть при формировании унифицированной схемы логистических процессов и взаимосвязей ее участников, что позволит активизировать потенциал субъектов хозяйствования и обеспечит их стабильное развитие в стратегической перспективе.*

Методика исследования. *В процессе исследования автором использовались эмпирические и статистические методы исследования, что позволило обосновать целесообразность использования ряда статистических и других показателей при формировании логистической системы субъектов гостиннично-ресторанного бизнеса, а также осуществить выбор ее элементов и разработать предложения, касающиеся направлений деятельности по предоставлению услуг в сфере гостиннично-ресторанного бизнеса.*

Результаты. *В процессе научного исследования предложено проводить анализ статистических данных развития гостиннично-ресторанного бизнеса в разрезе регионов и по большому спектру показателей, поскольку представленные экономические показатели не позволяют адекватно оценить возможности и определить проблемы*

весомых составляющих обеспечения деятельности субъектов хозяйствования в соответствии с логистическими целями. Проведено ранжирование регионов по уровню заинтересованности туристов, что позволит определить зоны развития логистических процессов управления, направления развития гостиннично-ресторанного комплекса и его эффективность в долгосрочной перспективе. Результатом научного поиска стала разработка логистической системы управления развитием гостиннично-ресторанного комплекса в конкурентной среде, ориентированная на региональные ресурсы и стратегии развития и позволяющая активизировать потенциал предприятия с целью развития данного бизнеса.

***Научная новизна исследования** заключается в разработке схемы логистической системы управления развитием гостиннично-ресторанного комплекса, базирующейся на определенных элементах (клиентской базе, внутренних логистических процессах и логистической стратегии развития гостиннично-ресторанного бизнеса), что позволит оптимизировать производственно-хозяйственную деятельность и разработать различные направления развития бизнеса в долгосрочной перспективе.*

***Практическая значимость результатов исследования** заключается в совершенствовании организационно-методических основ оценки имеющихся достижений в сфере туризма для их учета при планировании развития и совершенствовании управления гостиннично-ресторанным бизнесом на основе логистических принципов, идентификации путей оптимизации комплекса услуг ориентируясь на существующие потребности пользователей, ресурсный потенциал и имеющиеся возможности. Также обоснована целесообразность использования программного продукта с целью автоматизации процессов, что позволит эффективно управлять деятельностью и разрабатывать*

стратегию развития на перспективу. Обоснованно перечень мероприятий по совершенствованию услуг гостинично-ресторанного бизнеса, внедрение которых позволит расширить клиентскую базу и увеличить прибыльность его субъектов.

Ключевые слова: *туризм, гостинично-ресторанный комплекс, статистические показатели, оптимизация, логистическая система, управление, гостинично-ресторанные услуги, автоматизированные системы, логистические процессы.*

Summary. Goal. *The aim of the study is to identify the modern features of the logistics system of the subjects of the hotel and restaurant business, as significant participants in the process of providing tourism services, to develop offers for the initial indicators that should be taken into account when forming a unified scheme of logistics processes and the interconnections of its participants, which will activate the potential of business entities and provide their stable development in a strategic perspective.*

Research methodology. *In the process of research, the author used empirical and statistical research methods, which made it possible to substantiate the advisability of using a number of statistical and other indicators in the formation of the logistics system of the subjects of the hotel and restaurant business and its development, as well as to select its elements and develop proposals for the development of activities for the provision of services in the field of tourism.*

Results. *In the process of scientific research, it was proposed to analyze statistical data on the development of the hotel and restaurant business in the context of regions and for a wider range of indicators, since the presented economic indicators do not adequately assess the possibilities and determine the problems of significant components of ensuring the activities of business entities in accordance with logistic goals. The ranking of the regions by the level of interest of tourists has been carried out, which will allow to determine the*

development zones of logistics management processes, to determine the directions of development of the hotel and restaurant complex and its effectiveness in the long term. The result of the scientific research was the development of a scheme for a logistics management system for the development of a hotel and restaurant complex in a competitive environment, focused on regional resources and development strategies and allowing to activate the potential of the enterprise in order to develop this business.

***The scientific novelty of the research** lies in the development of a scheme for a logistics management system for the development of a hotel and restaurant complex, based on certain elements (customer base, internal logistics processes and a logistics strategy for the development of a hotel and restaurant business), which will optimize production and economic activities and develop various areas of business development in the long run.*

***The practical significance of the research results** lies in improving the organizational and methodological foundations for assessing the existing achievements in the field of tourism in order to take them into account when planning the development and improving the management of the hotel and restaurant business on the basis of logistics principles, identifying ways to optimize the range of services, focusing on the existing needs of users, resource potential and the available opportunities, as well as the rationale for the use of a software product for the purpose of automating processes that allow you to effectively manage activities and develop development strategies for the future. The list of measures to improve the services of the hotel and restaurant business has been substantiated, the introduction of which will expand the client base and increase the profitability of its subjects.*

***Key words:** tourism, hotel and restaurant complex, statistical indicators, optimization, logistics system, management, hotel and restaurant services, automated systems, logistics processes.*

Постановка проблеми. В сучасних кризових умовах, що пов'язані з епідемією коронавірусу, суттєвому негативному впливу піддалися такі найбільш вразливі до явищ обмеження пересування галузі як туризм і галузі, котрі займаються його обслуговуванням. Експерти в галузі економіки зазначають, що цілком обґрунтованим є зростання актуальності досліджень, пов'язаних з пошуком можливих шляхів активації туризму, в тому числі й готельно ресторанного бізнесу. Останній займає немаловажну роль і в сучасних умовах все більше застосовує ефективний (хоч і не надто традиційний та поширений) шлях підвищення конкурентоздатності підприємницької діяльності.

Однак справедливо буде зазначити, що в Україні проблематиці використання інноваційних і абсолютно не традиційних конкурентних переваг, як от тури з дотриманням усіх карантинних правил і ін., приділяється недостатньо уваги. Зважаючи на динамізм розвитку туристичних послуг в останні роки та їх різноманіття (від зеленого та екстрим туризму до класичних туристичних маршрутів) в стабільних умовах його організація вже набула досить високого якісного рівня. Більше того, належно налагоджений логістичний механізм дозволяв отримувати хороші позитивні результати діяльності. Однак у зв'язку з карантинними заходами відбувся суттєвий обвал обсягів і результатів діяльності в сфері туризму. Зокрема, в цілому, втрати туристичної галузі в Україні оцінюються у понад 1,5 млрд. дол. США [1, с. 14].

В таких умовах суттєво зростає потреба в пошуку легальних шляхів подолання карантинних обмежень і розвитку нових видів послуг, здатних приносити підприємницький дохід для виживання бізнесу. Надзвичайно вагому роль в цьому контексті мають належним чином налагоджені логістичні рішення та організація логістичної діяльності суб'єкта господарювання загалом.

Проблемність впровадження інновацій у логістичну систему пов'язана з потребою теоретичного обґрунтування нових її елементів і розробкою практичних рекомендацій щодо напрямів і можливостей удосконалення структури, прийомів логістики та механізму її функціонування загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематику туризму та його розвитку досить широко репрезентовано в наукових дослідженнях сучасних вчених. Питання, які є складовою пошукувань з напрямку «Туризм», але є більш вузького спеціалізованого змісту, зокрема в сфері логістики, займалися такі вчені як Михайліченко Г.І., Смирнов І.Г., Чайка Т.Ю., Яценко В.М. та інші.

Розглядаючи туризм як індустрію, науковці виокремлюють у її складі підгалузі, які забезпечують комплексне надання туристичної послуги у вигляді туристичного продукту, котрий в Законі України «Про туризм» ідентифікується як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [8].

Таке узагальнене розуміння не повною мірою розкриває специфіку туризму як галузі економічної діяльності й не надає якісної ідентифікаційної конкретики для сутнісного розуміння складових туристичної індустрії.

Більш інформаційним з точки зору пояснення сутності понять і складових сфери туризму можна вважати проект Закону України «Про туризм», у якому надається значно більше пояснень термінів. Зокрема, розглядається галузь туризму (туристична галузь), під котрою

запропоновано розуміти «галузь економіки держави, що включає туризм як елемент соціально-економічної галузі, до якої входять призначені для організації дозвілля і з метою туризму індустрія всіх видів перевезення туристів та їхнього багажу, індустрія гостинності – розміщення та харчування туристів, індустрія послуг розваг та інших послуг (санаторно-курортних, освітніх тощо), індустрія туристично-екскурсійних та музейних послуг, посередницьких та окремих послуг туроператорів і турагентів, а також індустрія туристичних послуг і робіт, що сприяють їх споживанню, продаж товарів туристичного асортименту та сувенірів» [9].

Цим же проектом Закону, ст. 1 пропонується розглядати «туристичні послуги, як типові послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, санаторно-курортного обслуговування, а також послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів; нетипові послуги суб'єктів туристичної діяльності з організації проведення та обслуговування професійно-ділових, розважальних, благодійних та корпоративних заходів, а також їх матеріально-технічного забезпечення» [9].

Надання туристичних послуг, як бачимо, охоплює різні види діяльності, однак найбільш вагомими з точки зору витрат, є, на наш погляд, послуги, що здійснює сфера готельно-ресторанного бізнесу. Варто зауважити, що власне логістиці в сфері готельно-ресторанного бізнесу в науковій літературі приділено менше уваги. Але, натомість вона досить активно досліджується щодо туризму загалом.

Так, Смирнов І. Г. цілком справедливо відзначає, що «застосування логістичних засад в діяльності туристичних підприємств дозволяє значно підвищити прибутковість туристичного бізнесу за рахунок скорочення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів». При цьому логістику туризму цей автор

ідентифікує як «новітній науково-практичний напрямок, який досліджує логістичні особливості туристичної галузі, зокрема прикладає логістичні засади до її геопросторової організації та управління» [10].

Варто зауважити, що в науковій думці побутують різні варіанти означення поняття «логістика туризму». Ми пов'язуємо це з наявністю низки складових цієї галузі, які забезпечують надання комплексних туристичних послуг. В їх складі і транспортні організації, і готелі, і ресторани, і інші місця розташування та харчування й багато інших важливих галузей, що забезпечують організацію й надання послуг у сфері туризму.

Тісно пов'язаним з логістикою (але не взаємозамінним) слід вважати означення поняття «просування туристичного продукту», котре подається в законі України «Про туризм» (ст. 1): просування туристичного продукту – комплекс заходів, спрямованих на створення та підготовку до реалізації туристичного продукту чи туристичних послуг (організація рекламно-ознайомлювальних подорожей, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, видання каталогів, буклетів тощо) [8].

Повертаючись до тези про найбільш витратноємні складові туризму й акцентуючи увагу на логістиці в сфері готельно ресторанного бізнесу, слід погодитися з думкою Чайки Т. Ю. про те, що логістика в цій сфері має низку особливостей. З їх урахуванням вчена ідентифікує «логістику готельно-ресторанного бізнесу як науку про управління виникаючими в готельно-ресторанному бізнесі матеріальними і сервісними потоками, а також супутніми їм потоками інформаційними і фінансовими» [17, с.282].

Це визначення повною мірою корелює з узагальненням поняття, здійсненим Михайліченко Г. І., яка вважає, що «логістика в туризмі – це управління продуктовими потоками туристичних підприємств, що включає раціональну організацію формування, збуту та організації споживання туристичного продукту і супроводження цих процесів проходженням

інформаційних потоків. Враховуючи специфіку просування в каналах товароруку та організацію споживання продукту, логістика в туризмі виконує ряд функцій та поділяється на види: інформаційна логістика на вхідному потоці; виробнича логістика, що включає безпосереднє формування та створення туристичного продукту; збутова логістика, яка охоплює розподіл, просування та визначення каналів реалізації готової продукції, та інформаційна логістика на вихідному потоці» [6, с. 4-5].

Не вдаючись до більш детального дослідження визначення поняття логістика, зауважимо, що її можна вважати одним з вагомих чинників підвищення результативності діяльності суб'єктів туризму. І попри достатню репрезентативність наукових пошукувань за цим напрямом, невирішеними залишаються багато проблемних питань, зокрема пов'язаних зі структурою, підходами до реалізації, а також можливостями удосконалення наявних систем логістики.

З огляду на це, проблематика дослідження питань теорії та практики логістики особливо актуалізувалася в сучасних умовах, оскільки може забезпечити суб'єктам господарювання низку конкурентних переваг і сприятиме їх виживанню в умовах коронавірусних обмежень.

Формулювання цілей дослідження. Метою дослідження є ідентифікація сучасних особливостей логістичної системи суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, як вагомих учасників процесу надання туристичних послуг, розробка пропозицій щодо вихідних показників, котрі слід врахувати при її формуванні, формування уніфікованої схеми логістичних процесів та взаємозв'язків їх учасників, що дозволить активізувати потенціал суб'єктів господарювання і забезпечить стабільний розвиток у стратегічній перспективі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Туризм в Україні в останні десятиліття набув ознак галузі, яка системо й динамічно розвивається. Цьому сприяли не лише наявні ресурсні засади (природно-

ландшафтні, історичні, оздоровчі, відпочинкові та інші), а й низка державницьких кроків, спрямованих на розвиток туристичної діяльності. Галузь туризму – це комплекс взаємопов’язаних між собою сфер діяльності, які забезпечують задоволення моральних (духовних) і фізичних (в т.ч. оздоровчих і інших) потреб людини, які вона реалізує у вільний від роботи й виконання інших обов’язків час (зазвичай в період відпусток, перебування на заслуженому відпочинку тощо).

В Україні реалізація таких завдань на державному рівні стимулюється завдяки виконанню завдань, що передбачені Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [11]. Цією Стратегією, зокрема, передбачено збільшення обсягів надання туристичних послуг (за відповідними показниками), які встановлені виходячи з тих, що були досягнуті у 2015 році (табл. 1).

Таблиця 1

Прогнозні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні

Найменування показника розвитку	За роками			
	2015*	2019	2022	2026
1. Кількість іноземних туристів, які в’їжджають до України, млн. осіб	12,9	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази	збільшення у 2,5 рази
2. Кількість суб’єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази (коефіцієнт до 2019 р. 3:1,5=2)	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:1,5=3,3)
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:2=2,5)	збільшення у 10 разів (коефіцієнт до 2019 р. 10:2=5)
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб’єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	збільшення у 2 рази	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:2=2,5)	збільшення у 10 разів (коефіцієнт до 2019 р. 10:2=5)
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 3 рази (коефіцієнт до 2019 р. 3:1,5=2)	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:1,5=3,3)

Найменування показника розвитку	За роками			
	2015*	2019	2022	2026
			3:1,5=2)	
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	збільшення у 2 рази	збільшення у 3 рази (коефіцієнт до 2019 р. 3:2=1,5)	збільшення у 5 разів (коефіцієнт до 2019 р. 5:2=2,5)
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	збільшення у 1,5 рази	збільшення у 2 рази (коефіцієнт до 2019 р. 2:1,5=1,3)	збільшення у 2,5 рази (коефіцієнт до 2019 р. 2,5:1,5=1,7)

*Примітки:** - взято за базу прогнозу; джерело [11]; коефіцієнти обчислено самостійно для побудови уточненого прогнозу

Передбачені в Стратегії розвитку туризму показники вимагають суттєвого коригування, яке пов'язане з низкою причин. Для побудови ефективного логістичного механізму та його практичного використання в цілях підвищення результативності діяльності суб'єктів туризму, в тому числі готельно-ресторанного бізнесу, важливо мати максимально об'єктивні дані, які можуть служити основою розробки напрямів діяльності, затребуваних споживачами. Наприклад, кількість іноземних туристів, які приїжджають в Україну – це показник, котрий має суттєвий вплив на таку ланку логістичного ланцюга, як збут послуг з розміщення. Він повинен використовуватися для обґрунтування обсягів номерного фонду готелів і інших місць розташування. Суттєвих проблем з отриманням даних про кількість іноземних туристів наразі немає. По-перше він репрезентований у статистичних щорічниках, а по-друге, його можна отримати з даних прикордонної служби. Однак більш вагомими з позиції корисності є такі дані в розрізі регіонів України, оскільки їх наявність уможливує більш обґрунтований підхід до планування потреби в місцях розташування. Виходячи з показників, опублікованих в аналітичних матеріалах, нами уточнено дані на стратегічну перспективу з урахуванням співвідношень, що передбачені в Стратегії розвитку туризму в Україні (табл. 2).

Уточнені прогностні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні

Найменування показника розвитку	За роками			
	2015	2019	2022*	2026*
1. Кількість іноземних туристів, які в'їжджають до України, млн. осіб	12,9	11,8 (зменшення на 9 відсотків (0,91)) (1)	23,6	38,94
2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, тис. одиниць	6,8	4,66 (зменшення на 31 відсоток (0,69)) (2)	11,65	23,3
3. Обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору, млн. гривень	37,1	115,8 (збільшення у 3 рази) (3)	289,5	579
4. Обсяг надходжень до зведеного бюджету (податки та збори) від діяльності суб'єктів туристичної діяльності, млрд. гривень	1,71	4,389 (збільшення у 2,6 разів) (4)	10,97	21,9
5. Кількість робочих місць у сфері туризму, тис. осіб	88	440 (зростання кількості робочих місць - у 5 разів) (5)	880	1452
6. Кількість внутрішніх туристів, тис. осіб	357	449,6 (збільшення у 1,26 рази) (6)	674,4	1124
7. Кількість екскурсантів, тис. осіб	125,5	163,2 (збільшення в 1,3 рази) (7)	212,2	277,4

Примітки: (1) – офіційні статистичні дані на момент публікації статті відсутні. Обсяг встановлено з урахуванням [12] з поправкою на дані за рік, оскільки наявна інформація лише за півріччя. Для встановлення орієнтовних даних за рік використано просте подвоєння показника за півріччя; (2) – джерело [3]; (3) – за основу обчислення показника використано [3; 7; 13]. Обчислено аналогічно до (2); (4) – основа обчислення показника [5], методика та ж сама; (5) – джерело [13]; (6) – джерело [15]; 7 – офіційні дані відсутні, за показник взято авторське припущення; * - обчислено з урахуванням фактично досягнутих у 2019 році показників

Проведені дослідження, пов'язані з пошуком необхідних даних, дозволяють зауважити, що на перший погляд, маємо парадоксальну ситуацію, адже незважаючи на усі карантинні обмеження, туристична галузь продовжує показувати позитивну динаміку показників. Однак, по-перше, за основу обчислень взято 2019 рік, коли таких обмежень ще не було, а по-друге в Україні відбулася низка нормативних змін, котрі мали суттєвий вплив на туристичну галузь. Зокрема, було гармонізовано 18 національних стандартів у галузі туризму та курортів, а також змінено ставки туристичного збору. Вони розпочали використовуватися,

починаючи з 2019 року. Особливістю нових ставок є те, що вони встановлені не у відсотках до вартості номеру, як це було до 2019 року, а у відсотках від мінімальної зарплати. При цьому передбачені деякі відмінності в ставках для туристів з України (0,5%) та для туристів з інших країн (до 5%). Окрім цього, право визначати розміри ставок для конкретного населеного пункту покладено на органи місцевого самоврядування (сільські, селищні, міські ради, а зараз ради об'єднаних територіальних громад).

У 2019 році туристичний збір не може перевищувати 20,86 грн за добу розміщення для українських туристів та 208,65 грн (близько 6,5 євро) для іноземних туристів [16]. З огляду на це, можна стверджувати, що частково надходження до місцевих бюджетів і їх зростання пов'язане зі зміною вимог Податкового кодексу. Звичайно усі чинники врахувати в процесі вироблення системи логістики неможливо, однак чим точнішими будуть вихідні показники, тим кращою та ефективнішою буде її організація.

До прикладу, в процесі пошуку даних, в тому числі статистичних, які характеризують туризм в Україні, стикаємося з проблемою відсутності необхідних показників. Це пов'язано з тим, що фактично, за невеликим винятком, в Україні на належному рівні не готуються статистичні дані потрібного формату. Зокрема, ми вважаємо, що є потреба більшої деталізації результатів діяльності суб'єктів туристичної галузі, в тому числі в розрізі найбільш вагомих її складових таких як готельно-ресторанний бізнес.

Повертаючись до обчислень, здійснених нами з метою уточнення показників державної Стратегії розвитку туризму в Україні, варто зазначити, що з позиції логістичних запитів вони можуть прислужитися для таких цілей як формування фінансової та трудової складової логістичного ланцюга, а також вирішення питання матеріального

забезпечення. Взаємозв'язок між ними та репрезентованими показниками полягає у тому, що останні уможлиблюють ідентифікацію складових елементів логістики та навіть дозволяють спрогнозувати обсяги необхідних послуг, їх структуру й якісні параметри. Якщо взяти офіційні статистичні дані про показники в сфері туризму в розрізі таких видів як внутрішній та зовнішній, то можемо побачити, що в їх складі недостатньо репрезентовані види туристичних послуг, які надавалися. А це важливо з точки зору логістики. Більше того, в останні роки, зокрема у 2020 році, частка туризму суттєво знизилася і у ВВП країни (до 5,3%), а вона і так у 10 разів нижча від середньої в світі. При цьому і науковці й практики визнають, що в Україні є достатньо високий ресурсний потенціал для розвитку цієї галузі та її підгалузей.

Однак на тлі слабкого інтересу до розвитку логістичних прийомів і удосконалення механізму логістики загалом – це цілком прогнозований та об'єктивний результат. Як свідчать наші статистичні збірники основними показниками, які у них висвітлюються щодо туризму є кількість суб'єктів туристичної діяльності, їх витрати, обсяги реалізованих послуг, кількість туристів (залежно від мети поїздки і видів туризму), кількість виїзних і в'їзних туристів, показники роботи суб'єктів туристичної діяльності за регіонами тощо.

Причому якраз саме дані за регіонами є, на наш погляд, найбільш інформаційними для логістичних цілей. Вони можуть безпосередньо використовуватися для формування ланцюгів поставок ресурсів (для готельно-ресторанного бізнесу) з урахуванням оптимальних обсягів. Однак щодо більшості інших показників слід зазначити, що таке їх розмежування в статистиці несе в собі загрозу недооцінки й неналежного ставлення до надзвичайно вагомих складових забезпечення діяльності суб'єктів господарювання та їх використання для логістичних і інших цілей (в тому числі планування й прогнозування).

Окрім цього саме застосування наукових підходів і активізація їх використання в сучасних умовах сприятимуть досягненню конкурентних переваг в галузі туризму та його підгалузях, зокрема готельно-ресторанному бізнесі. Адже на сьогодні пріоритетною моделлю розвитку економічної системи є не статична, пов'язана з забезпеченістю матеріальними і трудовими ресурсами, а динамічна, основою якої є знання, інновації та інформація. Це означає посилення ролі наукових розробок і обґрунтувань як каталізаторів науково-технічного прогресу, а також ефективного інструмента вирішення багатьох економічних задач в сфері туризму.

В цьому контексті слід визнати, що в сучасних умовах практично відсутній як інтерес, так і дослідження, які б були присвячені плануванню на рівні держави. Перехід від планової до ринкової економіки змістив цю важливу функцію управління до рівня суб'єктів господарювання, або максимум до рівня областей. Попри наявність ринкових механізмів, що визначають попит і пропозицію, на наш погляд, варто було б мати науково обґрунтовані орієнтири доцільності розвитку того чи іншого виду туристичного бізнесу в регіональному розрізі. Вони б виступали інформаційним джерелом для потенційних інвесторів, а з точки зору об'єкта нашого дослідження належали б до інформаційної логістики.

Для чіткої ідентифікації потреби в показниках, що можуть служити основою формування ефективної логістичної системи доцільно, перш за все, визначитися з основними вимогами до неї та запитами системи управління. До прикладу, статистичні дані щодо кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за видами туризму (табл. 3) за умови деталізації в регіональному розрізі могли б бути використані для цілей встановлення оптимальних кількостей місць розташування та інших складових туризму.

**Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами,
за видами туризму, осіб**

Роки	Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2014	2425089	17070	2085273	322746
2015	2019576	15159	1647390	357027
2016	2549606	35071	2060974	453561
2017	2806426	39605	2289854	476967
2018	4557447	75945	4024703	456799
2019	6132097	86840	5524866	520391

Примітки: без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях; джерело [2]

Найбільш інформаційними в цьому випадку є показники кількості в'їзних (іноземних) та внутрішніх туристів. Але, як свідчить визначення структури туристів за вищенаведеними статистичними даними (табл. 4), в діяльності туроператорів і турагентів найбільшу частку мають виїзні туристи. Тобто більшою мірою ці суб'єкти господарювання займаються виїзним туризмом, що практично майже не передбачає розташування й харчування в Україні (за винятком турів, котрі включають трансфер територією країни і тимчасове перебування в готелях та харчування).

В такому разі є потреба в активізації виїзного та внутрішнього туризму, що сприятиме зростанню обсягів послуг з розташування й харчування. До каденції логістики при цьому має бути включено пошук шляхів забезпечення зростання кількості в'їзних і внутрішніх туристів, котрі активно користуються готельно-ресторанними та іншими послугами, що належать до сфери туризму. На наш погляд, це можуть бути нові послуги (через розширення їх переліку), попит щодо яких можна виявляти анкетуванням туристів, або застосування більш дієвих фінансово-стимулювальних важелів просування уже наявних послуг (різні знижки на

тури, в т. ч., зокрема за залучення до них більшої кількості учасників). Щодо останніх, то в Україні вони вже набули певного поширення.

Таблиця 4

**Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами,
за видами туризму**

Роки	Кількість туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами, усього, осіб	У тому числі у процентах		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2014	2425089 (100%)	0,7	86,0	13,3
2015	2019576 (100%)	0,7	81,6	17,7
2016	2549606 (100%)	1,4	80,8	17,8
2017	2806426 (100%)	1,4	81,6	17,0
2018	4557447 (100%)	1,7	88,3	10,0
2019	6132097 (100%)	1,4	90,1	8,5

Примітки: без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях; джерело [2]

Разом з тим можна також використати і позитивний зарубіжний досвід. Наприклад, у Німеччині та в інших європейських країнах застосовують знижки на відвідування музеїв та інших екскурсійних місць, якщо зібрати групу більшу, ніж певна встановлена кількість осіб (для екскурсій на завод «Фольксваген» у м. Дрездені у свій час ця кількість складала 15 чол., тоді квитки продавались щонайменше на 30 відсотків дешевше), або ж знижки на квитки для сімейного відвідування (котрі можна спостерігати в Англії).

Збирання й узагальнення інформації, яка може бути використана в процесі діяльності та має вплив на логістичний механізм і його складові, абсолютно нестандартизований процес ні з позиції методів збору, ні з позиції показників. Тому дослідження такого напрямку є актуальні, а в світлі стандартизації в сфері туризму (яка хоч і застосовується зазвичай щодо якості туристичних послуг), можуть бути переведені і в русло формування відповідних нормативно-правових документів.

У нашому дослідженні ми прагнемо окреслити окремі цікаві й корисні моменти і показники, які, на наш погляд, можуть бути застосовані як самими суб'єктами господарювання, так і регіональними (місцевими) органами влади для покращення планування розвитку туризму та його організації. Зокрема, повертаючись до вище наведених показників, зауважимо, що варто було б мати ще й показники, що характеризують час перебування туристів (зокрема в розрізі до 5 діб, від 5 до 10 діб, понад 10 діб) та динаміку їх кількості (в розрізі певних періодів – місяці, квартали). Така інформація важлива для встановлення можливих обсягів діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Практика функціонування низки суб'єктів, головно готелів (але ресторанний бізнес у цьому випадку також часто застосовує подібні дані), використовує показники відвідуваності в такому розрізі для потреб прийняття рішень, зокрема, щодо оновлення матеріально-технічної бази, проведення ремонтів тощо. Це реалізується за принципом - найнижча зайнятість - найкращий час для оновлення чи ремонту. Особливо показово це простежується в готелях, розташованих на гірськолижних базах з природнім покриттям: у міжсезоння такі готелі практично не зайняті, що дозволяє їх власникам і менеджменту займатися господарськими питаннями. З практичної точки зору також важливо при формуванні логістичного ланцюга та системи логістики суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу мати інформацію про те, чим цікавляться туристи, відвідуючи регіон, у якому вони знаходяться.

На наш погляд існує два можливих варіанти отримання такої інформації для її врахування при плануванні й прогнозуванні діяльності такими підприємствами. Перший, це самостійне дослідження, знову ж таки через пропонування заповнення відповідної короткої анкети. Недоліком такого підходу є суб'єктивність, що пов'язана з тим, що більшість відвідувачів-туристів зазвичай ігнорують такі пропозиції. Готелям

вирішити цю проблему дещо легше, адже при реєстрації зазвичай вказується мета візиту. Однак така інформація не повною мірою характеризує всі інтереси відвідувача.

Загалом з точки зору готелю чи ресторану, кафе і інших суб'єктів цієї сфери дані про інтереси відвідувачів щодо їх перебування та місць відвідувань не надто інформативні з точки зору їх власної діяльності. Можна стверджувати навіть, що для них така інформація практично не потрібна. Однак, співпрацюючи з туроператорами й турагентами для власної ж вигоди, вони можуть збирати її для цілей своїх партнерів і, таким чином, в подальшому збільшувати обсяги своєї діяльності.

На регіональному рівні для застосування з метою удосконалення логістики позитивно слід оцінити збирання інформації про місця, якими найбільше цікавляться відвідувачі, а також рівень інтересу до регіону загалом. Такий показник можна встановити з наявних статистичних даних, що репрезентуються як «Розподіл в'їзних (іноземних) туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами за метою поїздки у __ році за регіонами». Рівень інтересу доцільно розраховувати або у відсотках (відсоток за рівнем відвідуваності), або у вигляді коефіцієнтів (табл. 5).

Просте рейтингування регіонів за відсотком відвідуваності, а також середній показник за 2 роки засвідчує, що найбільш відвідуваним є м. Київ, на другому місці перебуває Львівська, на третьому - Івано-Франківська, на четвертому - Одеська та Дніпропетровська області і т.д. Відповідно до цього можна зробити висновок, що саме в найбільш рейтингових за рівнем відвідуваності туристами областях є потреба розвивати готельно-ресторанний бізнес більш інтенсивно, ніж в інших регіонах України. Проведення рейтингування регіонів за рівнем зацікавленості туристів їх відвідуванням, здійснене окремо за 2017 та 2019 роки, та визначення середнього показника, засвідчують приблизно однакові результати. Це вказує на деяку постійність інтересу туристів до того чи іншого регіону.

Тому для скорочення часу дослідження можна використовувати вихідні розрахункові показники лише за один рік (звітний).

Таблиця 5

Показник рівня відвідуваності регіонів України у 2019 році

	Кількість в'їзних (іноземних) туристів, усього		Відсоток за рівнем відвідуваності			Рейтинг		
	2017	2019	2017	2019	Середній	2017	2019	Середній
Україна	2806426	83703	100	100	100	-	-	-
Вінницька	38634	–	1,4	0	0,7	7	12	7
Волинська	17047	474	0,7	0,6	0,7	10	2	7
Дніпропетровська	75526	–	2,7	0	1,4	3	12	4
Донецька	9231	8	0,3	0	0,2	14	11	11
Житомирська	9516	–	0,3	0	0,2	14	12	11
Закарпатська	14652	114	0,5	0,1	0,3	12	9	10
Запорізька	47675	182	1,7	0,2	1,0	6	7	6
Івано-Франківська	73309	2293	2,6	2,7	2,7	4	4	3
Київська	36983	–	1,3	0	0,7	8	12	7
Кіровоградська	8436	–	0,3	0	0,2	14	12	11
Луганська	2825	–	0,1	0	0,1	15	12	12
Львівська	175150	5435	6,2	6,5	6,4	2	3	2
Миколаївська	11805	–	0,4	0	0,2	13	12	11
Одеська	72302	821	2,6	1,0	1,4	4	5	4
Полтавська	19032	–	0,7	0	0,4	10	12	9
Рівненська	11168	–	0,4	0	0,2	13	12	11
Сумська	11185	–	0,4	0	0,2	13	12	11
Тернопільська	9558	–	0,3	0	0,2	14	12	11
Харківська	51929	223	1,9	0,3	1,1	5	6	5
Херсонська	20278	–	0,7	0	0,4	10	12	9
Хмельницька	26829	–	0,9	0	0,5	9	12	8
Черкаська	20953	20	0,7	0	0,4	10	10	9
Чернівецька	20341	179	0,7	0,2	0,4	10	8	9
Чернігівська	15974	–	0,6	0	0,3	11	12	10
м.Київ	2006088	73954	71,6	88,3	79,9	1	1	1

Джерело: розраховано на основі [15]

Досліджуючи проблематику розвитку логістики й шукаючи потрібні показники, можемо стверджувати, що є багато альтернативних підходів до ідентифікації рівня зацікавленості туристів регіонами. У репрезентованому вище є певний рівень похибки, оскільки за основу взято лише іноземних туристів. Однак можна також скористатися вже готовими результатами

досліджень, зокрема статистикою найбільшого туристичного порталу України UA.igotoworld.com за 2019 рік. Там подано дані за областями й пам'ятками, якими найбільше цікавляться туристи (ймовірно при цьому враховано і іноземних, і українських туристів, адже дані дещо відрізняються від отриманих нами результатів). В регіональному розрізі рівень інтересу показаний на рис. 1.

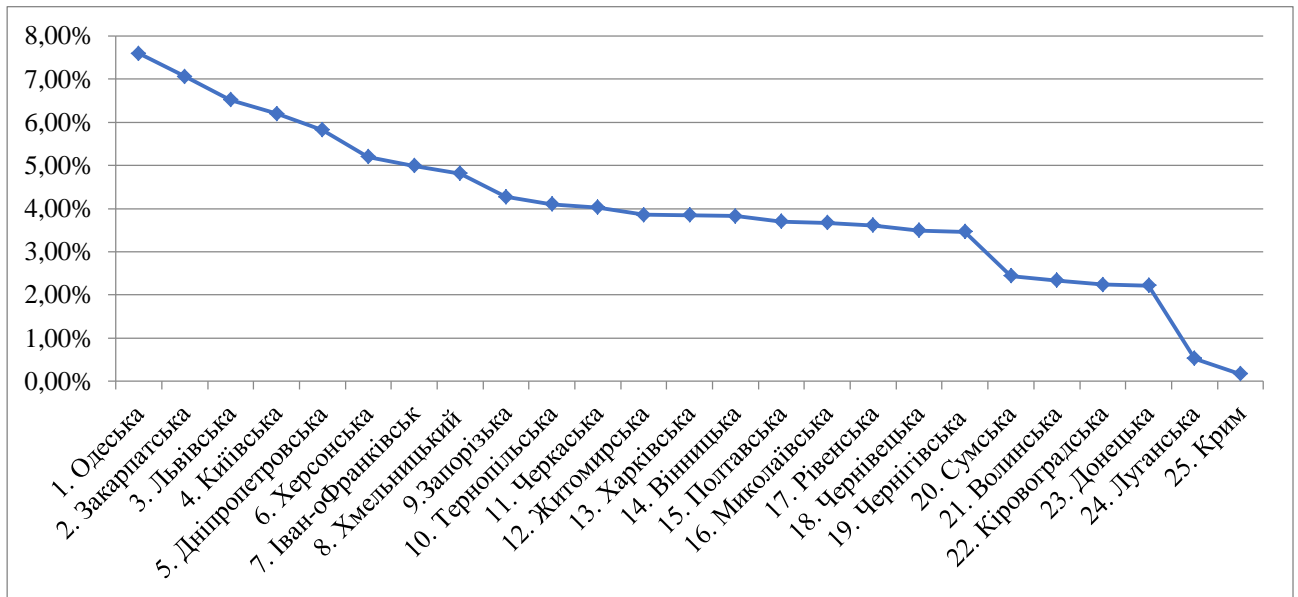


Рис. 1. Статистика в розрізі областей (регіонів), якими найбільше цікавились туристи

Джерело: сформовано на основі [14]

Як бачимо з цих даних, в групу регіонів, що викликають найбільший інтерес з боку туристів (як і в попередньому випадку) потрапили Одеська, Львівська, Київська, Дніпропетровська області. Окрім цього в п'ятірку лідерів увійшла Закарпатська область, яка за нашими даними, розрахованими вище займає аж 10 місце. Слід зауважити, що у будь-якому разі в таких розрахунках є момент суб'єктивності, але їхнє здійснення надзвичайно важливе з точки розу планування та прогнозування розвитку туристичної діяльності та відповідних супутніх послуг. Узагальнюючи, слід зазначити, що для ідентифікації перспектив у сфері готельно-ресторанного бізнесу необхідно максимально враховувати усі впливові

складові. Таку інформацію можна відповідним чином формалізувати. Не вдаючись до більш детального виявлення більшої кількості чинників та їх оцінки, зазначимо, що навіть з уже проведеного короткого дослідження показників можна без обґрунтування конкретних стратегій для тих чи інших регіонів або суб'єктів господарювання, побудувати узагальнену схему логістичної стратегії управління розвитком готельно-ресторанного комплексу (рис. 2).

Щодо цієї схеми вважаємо за доцільне також надати окремі більш детальні описи. Зокрема, логістичними посередниками виступають туроператори, турагенти, а також системи бронювання (в т.ч міжнародні).

Структура логістичної системи передбачає систему блоків, які дозволяють організувати виробничу-господарську діяльність готельно-ресторанного комплексу. Система закупівель включає в себе такі напрямки роботи – продовольче забезпечення, енергетичне забезпечення, матеріально-технічне забезпечення. Виробнича система передбачає наявність наступних елементів: виробничі цехи, заготівельні цехи, спеціалізовані цехи. Система збуту та споживання включає торговельні зали, кейтеринг, роздавальні, тераси, філіали тощо. Логістична стратегія готельно-ресторанного комплексу повинна мати сформовану систему заходів щодо швидкого реагування на кризові процеси, що можуть виникнути в процесі фінансово-господарської діяльності. Її метою є розроблення та впровадження ефективного логістичного плану, спрямованого на отримання прибутку.

Внутрішні процеси логістичної системи готельно-ресторанного комплексу передбачають формування елементів внутрішнього середовища й включають чотири підсистеми: бронювання та просування послуг, логістична інфраструктура готельно-ресторанного комплексу, розподіл логістичної інформації та опрацювання вхідної інформації.

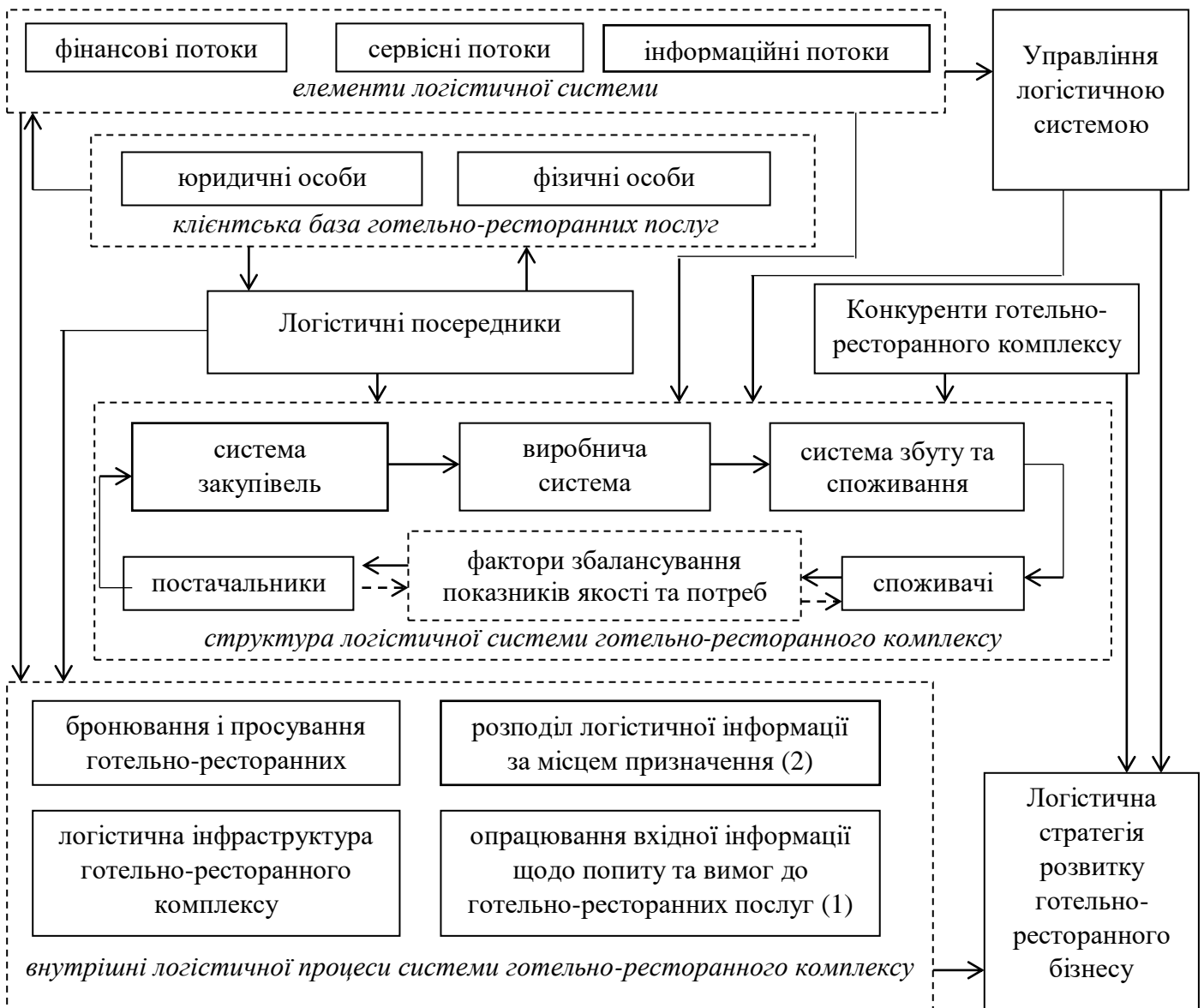


Рис. 2. Логістична система управління розвитком готельно-ресторанного комплексу

Джерело: розроблено автором самостійно; (1) – складова, котра передбачає пошук різних даних, які можуть вказувати на потребу в розвитку чи згортанні обсягів діяльності (вище розглянуто окремі з них). Окрім цього в цьому блоці такі дані мають бути опрацьовані й представлені у вигляді, необхідному для прийняття рішень (тобто вони мають бути опрацьовані відповідним чином і після цього матимуть назву «опрацьовані дані»). На їх підставі приймаються відповідні управлінські рішення; (2) – блок, який передбачає реалізацію управлінських рішень, прийнятих на основі використання опрацьованих даних, і котрі стосуються питань логістики.

Логістичні системи готельно-ресторанного комплексу визначають рівень управління логістичними процесами, що об'єднують усі логістичні

підсистеми: постачання, виробництво, транспортування, розподіл тощо. Жорстка конкуренція на ринку готельно-ресторанних послуг вимагає якісного контролю за фінансово-господарською діяльністю та формування привабливої атмосфери закладів. Вирішення поставленого завдання вбачаємо в автоматизації процесів діяльності, що дозволить ефективно здійснювати облік фінансового-господарських процесів суб'єкта господарювання та формувати клієнтську систему для уможливлення проведення заходів різного типу з метою залучення нових клієнтів. Ефективним кроком у розвитку готельно-ресторанного комплексу може стати створення дисконтного клубу, що дозволить формувати знижки для постійних клієнтів, проводити розіграшів перед святковими днями та у дні народження клієнтів, залучати нових клієнтів, реалізовувати дисконт в межах мережі готельного-ресторанних комплексів, створити додатковий рекламний простір послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Діяльність готельно-ресторанного комплексу є специфічною, що вимагає автоматизації фінансово-господарських процесів з врахуванням сервісних, матеріальних та фінансових потоків, орієнтуючись на інтегровані інформаційні системи. Такі системи дозволяють ефективно управляти діяльністю готельно-ресторанних комплексів та розробляти стратегію розвитку на перспективу (табл. 6).

Таблиця 6

Автоматизовані системи готельно-ресторанних комплексів України

№	Програмний продукт	Характеристика	Переваги/Недоліки
1	«ІС»	Призначений для автоматизації ведення бухгалтерського та податкового обліку на підприємствах різних галузей, а також для формування стандартної бухгалтерської, статистичної та податкової звітності.	Переваги: - можливість модифікувати до власних потреб та бажань ведення бухгалтерського обліку на підприємствах готельно-ресторанного комплексу; Недоліки: - програма написана на одній технічній платформі, яка потребує уточнення та доопрацювання у кінцевого користувача.

2	«Фуршет»	Призначений для автоматизації роботи будь-яких закладів ресторанного господарства, починаючи від невеликих кафе до великих ресторанів та включає три програми: «Менеджер» - автоматизує калькуляцію страв і здійснює розрахунок їх цін; «Офіціант» - за допомогою цієї програми формуються замовлення та виписуються рахунки; «Звіти» - програма автоматизує одержання звітів і аналіз роботи закладу.	<p>Перевага:</p> <ul style="list-style-type: none"> - орієнтується на використання недорогої комп'ютерної техніки; - можливість обліку підрозділів одного закладу за різними формами оподаткування; - можливість складання комплексної страви (що складається з інгредієнтів і готових страв-напівфабрикатів); - здатність ведення баз даних кількох закладів; - можливість швидкого і коректного налаштування програми під специфічні вимоги користувача.
3	«ІС-Рарус», «ІС-Рарус: Керування рестораном (бек-офіс)»	Призначений для автоматизації бізнес-процесів керування й оперативного обліку в ресторанному господарстві з різною організаційною структурою.	<p>Переваги:</p> <ul style="list-style-type: none"> - можливість вести бухгалтерський і податковий облік господарських операцій в ресторанному господарстві.

Джерело: узагальнено на основі критичної оцінки основних чинних систем

В умовах введення обмежень, що пов'язані з коронавірусом, проблеми готельно-ресторанного бізнесу особливо загострюються. Тому окрім встановлення дійсної потреби в таких послугах, є необхідність розвивати цей бізнес в нових умовах. Для цього слід продукувати нові напрями надання послуг і їх нові види (в т. ч. з метою більш продуктивного заохочення туристів). Основні рекомендації щодо удосконалення послуг готельно-ресторанного комплексу в цих умовах такі:

- 1) обслуговування клієнтів роботами та іншими доступними технічними пристроями (наприклад, в процесі доставки їжі до місця призначення);
- 2) створення іменних карточок постійним клієнтам готельно-ресторанних закладів;

- 3) використання нових методик в організації готельно-ресторанних послуг;
- 4) організація боксів для автомобілів та наявність автомайстерні, що дозволить оперативно виправити несправності;
- 5) створення конференц-залів та залів переговорів для клієнтів, що прибули в місто з метою бізнесу;
- 6) відкриття салонів краси та спортзалів з метою надання клієнтам готельно-ресторанного комплексу відповідних послуг і задоволення попиту користувачів;
- 7) використання погодинної та подорожньої оплати при наданні послуг, встановлення послуг, що входять у вартість ціни номера у готелі;
- 8) розроблення власної системи послуг та товарів, притаманних конкретному закладу (індивідуалізм і відсутність аналогів послуг).

Загалом, ми погоджуємося з думкою фахівців у галузі туризму про те, що «для підвищення конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку необхідно здійснювати діяльність щодо надання товарам нових якостей і властивостей, які їх вигідно вирізняють. Тому важливим є визначення передумов формування конкурентних переваг галузі туризму» [18]. Викладені вище рекомендації сприятимуть виконанню цього завдання, однак варто також більш продуктивно працювати над досягненням загальної цілі, поданої в Стратегії розвитку туризму в Україні, а саме: «створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі» [11].

Висновки та перспективи подальших досліджень. В дослідженні визначено можливість одержання істотних конкурентних переваг завдяки здійсненню аналітичної оцінки вихідних умов розвитку готельно-ресторанного бізнесу як важливої складової туристичної галузі України та

формуванні на цій основі не лише альтернативних напрямів діяльності, а й застосування логістичного інструментарію для реалізації інновацій. В подальших дослідженнях доцільно обґрунтувати один з найвпливовіших інструментів ефективного використання логістики для досягнення позитивних результатів діяльності, зокрема удосконалення методологічних, організаційних та прикладних положень її реалізації в умовах формування засад підвищення рівня інформаційного забезпечення управління, зокрема створення єдиної інформаційної системи готельно-ресторанного бізнесу як складової туризму.

Рекомендації, які вироблені та репрезентовані в дослідженні, дозволяють певною мірою вирішити проблеми встановлення чіткого механізму взаємодії суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу між собою для узгодження своїх дій і забезпечення на цій основі зростання результативності та ефективності надання послуг. В подальшому дослідження доцільно здійснювати в напрямку формалізації усіх чинників, які мають максимальний вплив на розвиток діяльності в туризмі загалом, в тому числі на готельно-ресторанний бізнес, а також побудови відповідного функціоналу залежності, що уможливить виключення в процесі дослідження менш вагомих чинників і акцентування уваги на тих, що мають максимальний вплив.

Література

1. Денков Д., Каракуц А., Щедрін Ю. Вплив COVID-19 та карантинних обмежень на економіку України. Київ : громадська організація «Центр прикладних досліджень». 2020. 56 с.
2. Економічна статистика. Економічна діяльність. Туризм // Державна служба статистики України (офіційний сайт). URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm

3. Загальний дохід українських туроператорів і турагентів у 2019 році становить 32,6 млрд. грн, послугами скористалися 6,1 млн. осіб // Interfax–Україна. 17.07.2020 р. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/675392.html>
4. Зубар Н. М., Григора М. Ю. Логістика у ресторанному господарстві: навч. посіб. Київ: Цент учбової літератури, 2010. 312 с.
5. Інформація щодо фінансово-економічних показників сфери туризму та курортів за 2017-2019 роки // Дані Державної фіскальної служби України. URL: <http://me.gov.ua/Documents/Download?id=69649f4e-20e2-4d4c-923a-6c54d3b9386d>
6. Михайліченко Г. І. Інформаційна та збутова логістика в туризмі: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02. КНТЕУ. Київ, 2001. 18 с.
7. Назбирали: Надходження від туризму зросли на понад 70% // Investory News. 6.08.2019 р. URL: <https://investory.news/nazbirali-nadxodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-ponad-70>
8. Про туризм: Закон України від 25.09.1995 р. №324/95-ВР в редакції від 16.10.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
9. Про туризм : проект Закону України від 24.02.2014 р. № 4224. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG39C00A?an=3>
10. Смирнов І. Г. Логістика туризму: комплексний підхід // Наука и образование без границ - 2007: матеріали конференції. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/smyrnov3.htm
11. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80?lang=en#Text>
12. Тігарчук М. Україна туристична: виклики виїзного та в'їзного туризму // LB.ua. 27.08.2019 р. URL:

- https://lb.ua/blog/mykhailo_titarchuk/435645_ukraina_turistichna_vikliki.html
13. Торік надходження до бюджету від туристичної галузі зросло у 2,5 рази // Укрінформ. 2020. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2678086-torik-nadhozenna-do-budzetu-vid-turisticoi-galuzi-zrosli-u-25-raza.html>
 14. Туризм в Україні за 2019 рік: статистика найбільшого туристичного порталу України // UA.igotoworld.com. URL: <https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019/>
 15. Туристична діяльність в Україні у 2019 році // Державна статистична служба України. 2019. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tyr/tyr_dil/tur_d_19_u.xls
 16. Україна за рік отримала понад 90 мільйонів туристичного збору // Інформаційне агентство Уніан. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/10453371-ukrajina-za-rik-otrimala-ponad-90-milyoniv-turistichnogo-zboru.html>
 17. Чайка Т. Ю. Визначення та об'єкт логістики готельно-ресторанного бізнесу: еволюція і сучасні підходи // Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: матеріали Всеукр. наук.-прак. інтернет-конф., 29-30 жовтня 2018 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2018. С. 281-283.
 18. Yatsenko V., Pasiaka S. and others. Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business: collective monograph. Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V.M. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2017. 619 p.

References

1. Dienkov, D., Karakuts, A. and Shchedrin, Yu. (2020), Impact of COVID-19 and quarantine restrictions on the economy of Ukraine. Kyiv: hromadska orhanizatsiia "Tsentri prykladnykh doslidzhen", 56 p.
2. State Statistics Service of Ukraine (official website) (2020), Economic statistics. Economic activity. Tourism. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
3. Interfax – Ukraine (2020), The total income of Ukrainian tour operators and travel agents in 2019 is 32.6 billion hryvnia, 6.1 million people used the services. 17.07.2020. Available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/675392.html>.
4. Zubar, N.M. and Hryhora, M.Yu. (2010), Logistics in the restaurant industry. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 312 p.
5. State Fiscal Service of Ukraine (2020), Informatsiia shchodo finansovo-ekonomichnykh pokaznykiv sfery turyzmu ta kurortiv za 2017-2019 roky [Information on financial and economic indicators of the spheres of tourism and resorts from 2017-2019]. Available at: <http://me.gov.ua/Documents/Download?id=69649f4e-20e2-4d4c-923a-6c54d3b9386d>.
6. Mykhailichenko, H.I. (2001), Information and sales logistics in tourism: Thesis abstract for Cand. Sc. (Econ.). Kyiv, KNTEU. 18 p.
7. Investory News (2019), Collected: Receipts from tourism increased by more than 70%. Available at: <https://investory.news/nazbirali-nadxodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-ponad-70>.
8. Pro turyzm : Zakon Ukrainy vid 25.09.1995 r. №324/95-VR v redaktsii vid 16.10.2020 r. [On Tourism : Law of Ukraine of September 25, 1995 No. 324/95-VR, Revision on October 16, 2020]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>

9. Pro turizm : projekt Zakonu Ukrainy vid 24.02.2014 r № 4224. [On Tourism: draft Law of Ukraine dated 24.02.2014 № 4224]. Available at: <https://ips.ligazakon.net/document/JG39C00A?an=3>
10. Smyrnov, I.H. (2007), Lohistyka turizmu: kompleksnyi pidkhid [Logistics of tourism: a comprehensive approach]. Nauka i obrazovaniye bez granits - 2007 [Science and education without borders - 2007]: conference materials. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/smyrnov3.htm
11. Stratehiia rozvytku turizmu ta kurortiv na period do 2026 roku: rozporiadzhennia Kabinetu ministriv Ukrainy vid 16 bereznia 2017 r. № 168-r. [Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026: order of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated March 16, 2017 No. 168-r.]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80?lang=en#Text>
12. Tiharchuk, M. (2019), Ukraine is tourist: challenges of outbound and inbound tourism. LB.ua. Available at: https://lb.ua/blog/mykhailo_titarchuk/435645_ukraina_turistichna_vikliki.html
13. Torik nadkhodzhennia do biudzhetu vid turystychnoi haluzi zrosly u 2,5 raza. [Last year, budget revenues from the tourism industry increased 2.5 times]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2678086-torik-nadhodzenna-do-budzetu-vid-turisticnoi-galuzi-zrosli-u-25-raza.html>
14. UA.igotoworld.com. (2020), Tourism in Ukraine in 2019: statistics of the largest tourist portal of Ukraine. Available at: <https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019/>
15. State Statistics Service of Ukraine (2019), Tourist activity in Ukraine in 2019. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/tyr/tyr_dil/tur_d_19_u.xls
16. Informatsiine ahentstvo Unian (2019), Ukraine during the year received more than 90 million tourist tax. Available at:

<https://www.unian.ua/tourism/news/10453371-ukrajina-za-rik-otrimala-ponad-90-milyoniv-turistichnogo-zboru.html>

17. Chaika, T.Yu. (2018), Definition and object of logistics of hotel and restaurant business: evolution and modern approaches, Strategic prospects of the tourist and hotel-restaurant industry in Ukraine: theory, practice and innovations of development: materials All-Ukrainian scientific-practical internet conference, October 29-30, 2018. Uman : VPTs "Vizavi", pp. 281-283.
18. Yatsenko V., Pasiaka S. and others (2017), Financial-economic and innovative support of entrepreneurship development in the spheres of economy, tourism and hotel-restaurant business: collective monograph. Ed. by Doctor of Economic Sciences, Prof. Yatsenko V.M. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom. 619 p.